

## **Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Pemblokiran TikTok Shop di Indonesia**

Allyza Nadia Shabri<sup>1</sup>, Rifky Al Ghivari<sup>2</sup>, Najla Fachri Alkatiri<sup>3</sup>, Restu Singgih<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya  
[allyza.23291@mhs.unesa.ac.id](mailto:allyza.23291@mhs.unesa.ac.id)

### **Abstract**

*This research discusses the views of students on the news of the blocking of TikTok Shop. TikTok Shop itself has become a hot topic of conversation among students, who are one of the platform's target markets. However, with the news of the closure of TikTok Shop by the government, there were various responses in the mass media. This study aims to analyze how students respond to the news about the closure of TikTok Shop and identify the reception patterns that emerge in various circles of students. This research uses a qualitative approach with the research method of Stuart Hall's reception analysis theory. The method used for data collection involves interviewing eight students from various backgrounds and observing their interactions on social media. This research uses Stuart Hall's reception theory, which classifies receptions into three positions: dominant hegemonic, negotiated, and oppositional. The results showed that the majority of students were in the oppositional position. They do not agree with the government's blocking of TikTok Shop. The findings of this study can serve as a basis for understanding different views in society related to similar issues and can be used to design more effective communication strategies.*

**Keywords:** *Recipe Analysis*; TikTok; TikTok Shop; Consumers; E-commerce; Students

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas tentang pandangan mahasiswa terhadap pemberitaan pemblokiran TikTok Shop. TikTok Shop sendiri telah menjadi perbincangan hangat di kalangan mahasiswa yang merupakan salah satu target pasar platform tersebut. Namun dengan adanya pemberitaan penutupan TikTok Shop oleh pemerintah, timbul berbagai respon di media massa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa merespons pemberitaan mengenai penutupan TikTok Shop, serta untuk mengidentifikasi pola resepsi yang muncul dalam berbagai kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian analisis resepsi teori Stuart Hall. Sedangkan metode yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu melalui wawancara delapan mahasiswa dari berbagai latar belakang dan mengamati interaksi mereka di media sosial. Penelitian ini menggunakan teori resepsi *Stuart Hall* yang mengklasifikasikan resepsi menjadi tiga posisi, yakni *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa berada di posisi oposisi. Mereka tidak menyetujui adanya pemblokiran TikTok Shop yang dilakukan pemerintah. Temuan-temuan penelitian ini dapat menjadi dasar untuk memahami perbedaan pandangan dalam masyarakat terkait dengan isu-isu sejenis dan dapat digunakan untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif.

**Kata Kunci:** Analisis Resepsi; TikTok; TikTok Shop; Konsumen; Situs Belanja Online; Mahasiswa

## 1. Pendahuluan

Era digital telah membawa perubahan bagi seluruh dunia dan masyarakat. Perubahan ini membawa banyak sekali dampak positif dan negatif. Dampak negatif yang ditimbulkan ini akan menjadi tantangan bagi manusia di dalam era digital. Muncul dan berkembangnya internet menghadirkan media sosial untuk membawa cara baru berkomunikasi dalam masyarakat. Seiring berjalannya waktu, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Media sosial merupakan sebuah media online yang dapat mendukung adanya interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi yang dapat diakses melalui web browser saat tersambung dengan internet dan kemudian akan mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Annur, 2023; Cahyono, 2016). Media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi, mengakses informasi, dan menjalin hubungan sosial. Sebagian besar masyarakat menghabiskan sejumlah besar waktu dalam sehari untuk menggunakan platform-platform media sosial seperti *Instagram, Twitter, Facebook, Whatsapp, Line, dan TikTok*. Selain itu, media sosial juga berperan penting dalam pembentukan opini publik. Diskusi, berita, dan pandangan politik sering kali menjadi topik yang diperdebatkan di platform-media sosial. Hal ini akan mempengaruhi cara kita memahami dunia, politik, dan isu-isu sosial yang sedang berlangsung. Media sosial juga menjadi alat penting bagi aktivisme dan gerakan sosial, yang memungkinkan orang-orang untuk bersama-sama berbicara dan bertindak untuk perubahan yang mereka inginkan.

Salah satu platform media sosial yang telah menjadi perbincangan hangat dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok. TikTok adalah platform berbagi video yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 2016 oleh Zhang Timin, pendiri ByteDance. TikTok memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan membuat dan mengunggah video-video kreatif dengan durasi pendek. Dilansir dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id), per April 2023, Indonesia menduduki peringkat kedua pengguna TikTok paling banyak di dunia yaitu sebanyak 112,97 juta pengguna [2]. Ditambah dengan adanya fenomena Covid-19, pengguna TikTok semakin meledak. Banyak pengguna yang mengakses TikTok untuk hiburan dan mengisi waktu luang dengan melihat konten-konten yang diunggah oleh sesama penggunanya. Menurut Jihan, pengguna aplikasi tiktok kebanyakan dari kalangan remaja hingga dewasa muda atau sekarang lebih dikenal dengan generasi Z [3]

TikTok menyediakan banyak fitur menarik seperti efek, filter, musik, *auto caption*, dan sebagainya. Salah satu fitur baru dari TikTok adalah TikTok Shop yang berpotensi sebagai platform bisnis. Platform ini akan memungkinkan penjual untuk menjual produk dan layanan mereka secara langsung. TikTok Shop menawarkan berbagai produk, mulai dari makanan, pakaian, alat rumah tangga, hingga alat elektronik. TikTok Shop memberikan pengalaman berbelanja yang interaktif. Konsumen akan dengan mudah menelusuri produk, melihat produk melalui video yang memungkinkan konsumen berinteraksi dengan penjual melalui fitur komentar, melihat berbagai ulasan, dan melakukan pembelian terhadap suatu produk dalam satu waktu tanpa perlu keluar dari aplikasi TikTok. Dalam hal ini, generasi Z akan berperan penting sebagai konsumen TikTok Shop.

TikTok Shop menawarkan layanan yang hampir sama dengan toko online lainnya. Namun TikTok Shop tentunya memiliki kelebihan tersendiri, itulah sebabnya masyarakat lebih memilih menggunakan TikTok Shop untuk berjualan online. Menurut Sa'adah et al., TikTok Shop memberikan harga yang jauh lebih rendah daripada *e-commerce* lain. TikTok Shop juga

memberikan promosi yang menarik, diskon dan potongan harga yang cukup besar, hingga memberikan gratis ongkir ke seluruh wilayah Indonesia[4].

Seperti perkembangan teknologi lainnya, TikTok menghadapi sejumlah tantangan dan menimbulkan banyak kontroversi. Salah satu yang menjadi perhatian utama adalah privasi data pengguna. Sejak awal, TikTok telah dituduh mengumpulkan data pengguna secara tidak sah dan membagikannya dengan pihak ketiga, terutama pemerintah Tiongkok. Meskipun perusahaan telah berusaha mengatasi masalah tersebut, masih banyak pengguna yang meragukan privasi data mereka. Pada tahun 2023, muncul pemberitaan pemblokiran TikTok Shop di Indonesia. Dilansir dari [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com), pemblokiran ini terjadi sesuai dengan aturan revisi terhadap Permendag 50 tahun 2020 menjadi Permendag 31 Tahun 2023. Menteri perdagangan, Zulkifli Hasan mengatakan kebijakan baru akan mengatur keadilan dan kesetaraan bagi pelaku *e-commerce* di Indonesia. Salah satu poin aturan tersebut adalah melarang media sosial berperan ganda sebagai *e-commerce* seperti yang dilakukan TikTok dengan fitur jual beli online yaitu TikTok Shop. Kemendag hanya memperbolehkan promosi di TikTok Shop, tidak dengan aktivitas jual belinya. Hal ini dilarang demi melakukan pencegahan penyebaran data pribadi pengguna. Dengan adanya pemberitaan tersebut, muncul beragam resepsi di kalangan masyarakat. Artikel ini akan membahas mengenai beragam resepsi mahasiswa terkait pemberitaan pemblokiran Tiktok shop di Indonesia. Berdasarkan teori resepsi *Stuart Hall*, ada tiga kemungkinan posisi resepsi, yaitu *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, *oppositional position*.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode analisis resepsi. Data penelitian diperoleh dari wawancara delapan mahasiswa dengan latar belakang yang berbeda-beda sebagai informan dan mengamati interaksi mereka di media sosial. Hal ini dilakukan untuk memudahkan peneliti untuk mendapatkan data dan menganalisis data tersebut. Wawancara dilakukan secara informal dengan tujuan agar informan bisa memberi berbagai macam bentuk informasi. Selain informal, wawancara yang digunakan termasuk wawancara yang terstruktur dan terarah, dimana pertanyaan telah disusun terlebih dahulu agar jawaban yang didapat dari informasi berupa jawaban yang singkat, padat, dan jelas. Untuk mendapatkan data, prosedur yang kami gunakan yaitu dengan langkah awal mengumpulkan narasumber dengan kriteria, merupakan seorang mahasiswa dan mampu memberikan komentarnya terhadap isu tersebut. Lalu kami menganalisis data tersebut dan mengelompokkan data tersebut sesuai dengan teori resepsi *Stuart Hall*. Dari penelitian ini, kami akan mengetahui berapa jumlah informan yang menempati tiga posisi informan, yaitu sebagai posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Adapun delapan informan tersebut sebagai berikut:

Tabel 1  
Informasi Informan

Nama	Latar Belakang
GN	18, Mahasiswa S1 Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Negeri Surabaya
ZH	18, Mahasiswa D4 Pariwisata, Universitas Airlangga
RD	17, Mahasiswa Teknik Mesin, Politeknik Negeri Jakarta
RA	17, Mahasiswa Keperawatan, Poltekkes
KV	19, Mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya
SV	18, Mahasiswa S1 Hukum, Universitas Negeri Surabaya
HN	Mahasiswa Universitas Diponegoro
YH	Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

Sumber: Penulis, 2023

Tahapan analisis data yang dilakukan peneliti yaitu pertama, melakukan pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam, observasi, lalu mencatat hasil penelitian. Langkah kedua yaitu menyajikan data dalam bentuk sederhana agar mudah dipahami. Langkah terakhir yaitu dengan menarik kesimpulan terhadap penelitian agar memperoleh pemahaman yang tepat serta mengetahui pengelompokan informan berdasarkan posisi resepsi. Kesimpulan yang diambil berdasarkan data agar pemahaman yang diperoleh tepat dan dengan adanya pengelompokan posisi khalayak agar lebih mudah dipahami.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Beredar di media sosial bahwa pemblokiran TikTok Shop akan dilakukan dalam waktu dekat oleh Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan. Pemblokiran ini dipengaruhi oleh berbagai faktor. Melansir dari katadata.co.id, pemerintah resmi melarang *social commerce* memfasilitasi aktivitas transaksi jual beli. Seperti yang dilakukan TikTok Shop. *Social commerce* sendiri merupakan perpaduan *e-commerce* dan media sosial. *Social commerce* merupakan bagian dari *e-commerce* yang menggunakan media online dalam melakukan pembelian secara online [5]. Platform TikTok Shop belum terdaftar dalam list Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat Kementerian Komunikasi dan Informatika. Kemendag memberikan waktu kepada TikTok Shop untuk memisahkan diri dari TikTok dan mendaftarkannya secara resmi [6]. Pemberitaan ini pun menjadi topik perbincangan di kalangan masyarakat dan menimbulkan resepsi dan pandangan yang berbeda-beda.

Data penelitian menunjukkan bahwa setiap mahasiswa memiliki resepsi yang berbeda-beda terhadap pemberitaan pemblokiran TikTok Shop. Ditemukan 1 informan posisi *dominant hegemonic*, ia memaknai atau meresepsikan pesan media dengan posisi yang sepadan, ia punya persepsi yang sama terhadap pemberitaan penutupan TikTok Shop yang dilakukan pemerintah itu merupakan langkah yang tepat. Berikutnya yaitu, posisi *negotiated* yang ditunjukkan oleh 2 informan. Posisi *negotiated* merupakan posisi di mana informan memaknai suatu pesan dengan

positif (setuju) dan negatif (tidak setuju) mengenai pesan yang disampaikan oleh media. Dalam posisi ini, informan akan menerima makna secara dominan, dan menimbang lebih lanjut secara menyeluruh. Posisi *oppositional* dalam teori resepsi ini, khalayak tidak mempunyai keselarasan dalam menafsirkan pesan-pesan yang disampaikan oleh media. Khalayak mempunyai pemikiran dan persepsi yang bertentangan, mereka cenderung mempertahankan pendapat dan pemikirannya serta menolak sepenuhnya pesan dan makna yang terkandung konten media. Terdapat 5 informan yang menunjukkan posisi *oppositional*, mereka mengaku tidak setuju dan memberikan pendapat pribadi yang berbeda-beda.

### **3.1 Resepsi dominansi**

Pendapat resepsi *Stuart Hall* tentang posisi dominan dalam konteks pemberitaan pemblokiran TikTok Shop dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana mahasiswa merespons tindakan tersebut. Dalam resepsi dominan, individu menerima pesan media dengan cara yang sejalan dengan narasi yang diberikan oleh media dominan. Dalam hal ini, memungkinkan beberapa mahasiswa merespon pemblokiran TikTok Shop sesuai dengan apa yang disampaikan oleh media utama dan pemerintah.

Pendapat resepsi dominan di kalangan mahasiswa terhadap pemblokiran TikTok Shop disebabkan karena mereka percaya bahwa pemerintah atau otoritas terkait telah melakukan evaluasi dan penelitian yang cermat sebelum mengambil tindakan ini. Mereka percaya bahwa tindakan ini adalah langkah yang penting dan perlu untuk melindungi konsumen dan masyarakat umum dari potensi risiko seperti penipuan, produk berbahaya, atau pelanggaran hak cipta yang mungkin ada di platform tersebut.

Namun, meskipun mahasiswa memiliki pendapat resepsi dominan, mereka tetap saja ingin tahu lebih banyak tentang alasan dibalik tindakan tersebut, sehingga bisa mengarah pada pendapat negoisasi. Keragaman dalam cara mahasiswa merespon pemberitaan dipengaruhi oleh banyaknya sumber informasi yang diakses oleh mahasiswa. Pendapat resepsi dominan ini dapat menciptakan keragaman dalam cara mahasiswa merespons pemberitaan dan dapat memicu diskusi yang lebih luas tentang isu-isu seputar pemblokiran TikTok Shop.

Berdasarkan hasil penelitian, SV yang merupakan mahasiswa S1 hukum Universitas Negeri Surabaya memiliki resepsi dominan. Menurut SV, ia mengetahui isu pemberitaan pemblokiran TikTok Shop melalui *timeline* dan ia setuju dengan adanya pemblokiran TikTok Shop.

*“Karena menurut saya TikTok Shop ini tidak jelas. TikTok Shop ini kan berarti tempat shopping tapi di dalam aplikasi yang berbasis hiburan. Jadi tidak jelas, masuknya ke e-commerce atau aplikasi hiburan. Selain itu keamanan TikTok Shop sendiri tidak terjamin, OJK tidak bisa mengawasi karena TikTok terdaftarnya kan diawasi Kominfo.”*

Menurut SV, TikTok Shop sendiri menawarkan lebih banyak produk luar negeri daripada produk dalam negeri. Ia menganggap jika nantinya pemblokiran TikTok Shop dilakukan, produk lokal lebih bisa bersaing dan masyarakat Indonesia sendiri juga akan mengkonsumsi dan mencintai produk lokal tersebut.

Pendapat SV sejalan dengan pemberitaan yang sedang beredar. Dilansir dari [cnbcindonesia.com](https://cnbcindonesia.com), meningkatnya barang impor dari China yang ditawarkan dengan harga murah di TikTok Shop membuat para pedagang lokal / UMKM resah. Mereka juga

mempertanyakan tentang pajak yang dikenakan pada barang impor tersebut ketika masuk ke TikTok Shop [7].

### **3.2 Resepsi negosiasi**

Pendapat resepsi *Stuart Hall* yang dikenal sebagai posisi "*negotiated*" dalam konteks pemberitaan pemblokiran TikTok Shop mencerminkan respon yang lebih nuansa dari kalangan mahasiswa. Mahasiswa dengan pendapat resepsi negosiasi tidak sepenuhnya menerima atau menolak narasi media dominan, tetapi mereka cenderung membawa keragaman pandangan dan pertanyaan lebih dalam terkait dengan isu tersebut.

Dalam hal pemblokiran TikTok Shop, mahasiswa dengan pendapat negosiasi mengakui argumen yang disampaikan oleh media dominan dan pemerintah tentang perlunya tindakan tersebut untuk melindungi konsumen dari potensi risiko seperti penipuan atau produk berbahaya. Namun, mereka juga cenderung memiliki pertanyaan dan kekhawatiran tertentu terhadap isu tersebut.

Mahasiswa yang memiliki pendapat negosiasi mungkin ingin tahu lebih banyak tentang bagaimana keputusan ini diambil dan apa pertimbangan yang ada. Mereka mungkin mencari informasi tambahan untuk memastikan bahwa tindakan ini sejalan dengan kepentingan publik dan tidak mengorbankan kebebasan berbisnis dan berekspresi secara berlebihan.

Selain itu, mereka bisa mencoba mencari opini beragam dan analisis independen untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih lengkap tentang isu tersebut. Sudut pandang tersebut dapat didapatkan dengan membaca artikel, mengikuti diskusi online, atau berpartisipasi dalam forum diskusi. Mahasiswa dengan pendapat negosiasi mungkin juga aktif dalam berbicara dengan sesama mahasiswa dan berbagi pandangan mereka.

Pendapat negosiasi dalam resepsi *Stuart Hall* mencerminkan pemikiran kritis dan semangat untuk memahami isu secara lebih mendalam. Ini menandakan bahwa mahasiswa tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi mereka aktif dalam berpartisipasi dalam proses penalaran dan mendapatkan wawasan yang lebih menyeluruh sebelum mencapai kesimpulan. Pendapat resepsi negosiasi seperti ini dapat menjadi komponen penting dalam diskusi dan pemecahan masalah yang seimbang dalam masyarakat.

Dua informan kami, ZH dan HN memberikan resepsi nya terhadap pemberitaan pemblokiran TikTok Shop. Mereka memiliki pendapat negoisasi. Menurut ZH, seorang mahasiswa pariwisata Universitas Airlangga, banyak masyarakat yang berjualan di TikTok Shop sehingga jika TikTok Shop diblokir, mungkin tidak sedikit orang yang akan kehilangan pekerjaan. Tidak hanya penjual, pembeli pun akan merasakan kesusahan saat mencari barang yang memenuhi kriterianya. Namun, jika TikTok Shop tidak diblokir, menurut ZH pasar offline akan sepi pengunjung karena banyak penjual beralih ke TikTok Shop untuk memasarkan produknya. Sedangkan saat wawancara dengan HN, ia mengatakan bahwa,

“50/50 sih, mungkin karena sekarang jual beli di TikTok Shop lebih diminati, jadi UMKM *offline* merasa tersaingi. Tapi sebenarnya pemblokiran dari TikTok Shop sendiri ga menjamin apakah nantinya *offline store* bisa kembali menempati posisi atas.” HN juga menambahkan pendapatnya bahwa jika pemblokiran TikTok Shop ini dilakukan, akan berdampak bagi sebagian konsumen yang kurang memiliki waktu untuk belanja di *offline store*.

### **3.3 Resepsi oposisi**

Pendapat resepsi *Stuart Hall* yang dikenal sebagai posisi "*oppositional*" menggambarkan pandangan yang sangat berlawanan dengan narasi media dominan dalam konteks pemberitaan pemblokiran TikTok Shop. Mahasiswa yang menganut pendapat resepsi ini cenderung melihat pemblokiran TikTok Shop sebagai tindakan yang mengganggu kebebasan berbisnis dan berekspresi.

Dalam pandangan mahasiswa yang berpendapat oposisi, pemblokiran TikTok Shop mungkin dianggap sebagai tindakan yang berlebihan dan seharusnya tidak perlu dilakukan karena banyak isu yang lebih penting untuk diperhatikan. Mereka mungkin merasa bahwa hak mereka untuk berpartisipasi dalam bisnis online dan berekspresi secara bebas telah terganggu oleh tindakan tersebut. Pandangan ini bisa didorong oleh keyakinan dalam pentingnya kebebasan berbicara dan berbisnis di dunia digital.

Mahasiswa dengan pendapat oposisi mungkin mempertanyakan apakah ada alternatif lain yang lebih proporsional atau efektif yang dapat diambil oleh pemerintah untuk mengatasi masalah yang muncul di TikTok Shop. Selain itu, mahasiswa yang berpendapat oposisi mungkin aktif dalam menyuarakan ketidaksetujuan mereka melalui media sosial, protes, atau perdebatan publik. Mereka berusaha untuk mempengaruhi opini publik dan mendesak pemerintah untuk merenungkan kembali keputusan mereka.

Pendapat resepsi oposisi seperti ini mencerminkan semangat kritis dan keberanian dalam melawan kebijakan atau tindakan yang dianggap melanggar prinsip-prinsip demokratis atau hak-hak individu. Meskipun bisa ada keragaman pendapat di kalangan mahasiswa, pandangan oposisi ini adalah bagian penting dalam diskusi masyarakat tentang batasan kekuasaan pemerintah dalam dunia digital dan pentingnya melindungi hak-hak individu dalam era internet yang terus berkembang.

Berdasarkan hasil wawancara, lima informan kami menunjukkan posisi oposisi, diantaranya GN, RD, RA, KV, YH. GN, mahasiswa S1 pendidikan bahasa inggris Universitas Negeri Surabaya yang juga merupakan seorang konsumen di TikTok Shop menyatakan pendapatnya bahwa ia tidak setuju dengan adanya pemblokiran TikTok Shop. GN menganggap TikTok Shop merupakan platform yang bermanfaat serta memiliki banyak kelebihan. Ia mengatakan dengan adanya pemblokiran ini, penjual yang memanfaatkan TikTok Shop untuk berjualan akan kehilangan pekerjaan dan *customer* yang sudah berlangganan di TikTok Shop tersebut. Penjual juga akan kesusahan karena harus beralih ke platform lain untuk berjualan.

Menurut Prayono, pedagang UMKM banyak yang beralih dari model bisnis *offline* ke model bisnis *online*. Hal ini dipengaruhi oleh adanya pembatasan sosial yang dilakukan saat pandemi [8]. Pedagang UMKM banyak yang menggunakan TikTok Shop sebagai tempat untuk melakukan promosi dan berjualan. Jika TikTok Shop diblokir pelaku UMKM akan kehilangan mata pencaharian seperti yang disebutkan oleh informan, GN.

Selanjutnya RD, seorang mahasiswa teknik mesin Politeknik Negeri Jakarta mengaku tidak mengetahui pasti mengenai pemberitaan pemblokiran TikTok Shop. Meskipun begitu, RD tetap memberikan pendapatnya dan dari hasil wawancara menunjukkan bahwa RD sebagai posisi oposisi.

*“Menurut saya pribadi TikTok Shop tidak merugikan jadi saya kurang setuju dengan adanya pemblokiran tersebut. Saya sendiri belum pernah pakai TikTok Shop. Jadi pasti saya tidak merasakan dampak apa-apa. Tapi bagi orang lain yang sering menggunakan TikTok Shop dan merasa platform tersebut menguntungkan, mereka mungkin akan merasakan dampak negatifnya.”*

RA, mahasiswa keperawatan poltekkes pun juga menunjukkan adanya posisi oposisi. RA mengaku mengetahui pemblokiran ini akan dilakukan dalam waktu dekat oleh menteri perdagangan, Zulkifli Hasan. RA kurang setuju dengan adanya pemblokiran TikTok Shop ini karena banyak barang yang dijual di TikTok Shop yang jarang ditemukan di toko *offline*. Harga yang ditawarkan TikTok Shop juga cenderung lebih murah dibandingkan dengan toko *offline*. RA mengatakan bahwa dengan adanya pemblokiran ini, para *influencer* dan *owner* yang berjualan di TikTok Shop akan kehilangan mata pencahariannya.

Selanjutnya pendapat dari KV, mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Negeri Surabaya. KV mengaku bahwa ia mengetahui pemberitaan pemblokiran TikTok Shop namun ia menggunakan aplikasi TikTok sendiri untuk hiburan, bukan untuk melihat konten yang berjualan. Ketika diwawancara, KV menunjukkan resepsi posisi oposisi.

*“Sejujurnya saya tidak setuju dikarenakan aplikasi TikTok Shop merupakan tempat untuk orang-orang berjualan untuk mencari rezeki. Menurut saya pemblokiran TikTok Shop akan menyulitkan orang-orang yang berjualan dan untuk bisa menjangkau ke seluruh kalangan itu pasti sangat susah ya, apalagi TikTok Shop sudah diblokir.”*

YH, informan terakhir kami yang beresepsi sebagai oposisi merupakan seorang mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati, kota Bandung. YH mengaku dirinya jarang menggunakan TikTok Shop. Namun YH kurang setuju dengan adanya pemblokiran TikTok Shop karena menurutnya banyak orang yang memulai usahanya lewat TikTok Shop dan beberapa toko lebih viral / berkembang karena promosi yang telah mereka lakukan di TikTok Shop. YH menambahkan bahwa TikTok Shop merupakan platform yang disukai karena memberikan gratis ongkir ke seluruh Indonesia dan juga memberikan banyak promo / potongan harga yang lebih banyak dibanding *e-commerce* lain.

Pemikiran YH sejalan dengan jurnal penelitian “Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform *e-commerce* tiktok shop.” Menurut Alyasinta, salah satu strategi yang diterapkan oleh TikTok Shop yaitu memperbanyak konten video promosi yang dibuat oleh para penjual dan membuat program gratis ongkir ke seluruh Indonesia tanpa minimal transaksi pembelian. Berdasarkan hasil penelitian tersebut program gratis ongkir ke seluruh wilayah Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Tusanputri & Amron, 2021).

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tidak lepas dari teori sebagai acuan. Selama penelitian, peneliti menggunakan teori *encoding-decoding* dari *Stuart Hall*. Teori ini digunakan ketika menafsirkan, mengolah, dan mengkomunikasikan. Model teori ini menyatakan bahwa makna yang dikodekan (*encoded*) oleh pengirim dapat diinterpretasikan (*decoded*) menjadi sesuatu yang lain oleh penerima [10]

Berdasarkan teori Stuart Hall, peneliti mengelompokkan informan berdasarkan posisi yang sesuai. Informan menafsirkan pesan media berdasarkan tiga kemungkinan posisi.

Tabel 2  
Kelompok Posisi Informan

No	Nama Informan	Dominant hegemonic position	Negotiated position	Opositional position
1.	GN			X
2.	ZH		X	
3.	RD			X
4.	RA			X
5.	KV			X
6.	SV	X		
7.	HN		X	
8.	YH			X

Sumber: Data olahan peneliti

#### 4. Kesimpulan

Di era modern yang telah dipengaruhi oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) serta media internet, media sosial dan pemasaran digital menjadi faktor penting dalam dunia bisnis. Media sosial memungkinkan interaksi online dan menyediakan informasi global, sedangkan pemasaran digital adalah kegiatan pemasaran / promosi untuk mempromosikan sebuah produk / brand dengan layanan secara luas melalui Internet. Pemanfaatan internet sebagai media pemasaran dinilai penting untuk bersaing di dunia bisnis yang semakin kompetitif. Media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan berbelanja. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial terkemuka, telah menjadi fenomena global yang mengubah cara kita mengonsumsi konten digital dan berbelanja. Dengan diperkenalkannya TikTok Shop, TikTok telah menjadi alat yang kuat dalam dunia berbisnis yang kemudian digunakan untuk mencapai pelanggan dan memanfaatkan potensi media sosial dalam dunia bisnis. [11]

Mahasiswa yang memberikan tanggapannya tentang pemberitaan pemblokiran TikTok Shop tentunya tidak lepas dari peran media sosial. Media sosial sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi mahasiswa terhadap isu tersebut. Kemudian berbagai opini dan pandangan disampaikan pada platform media sosial yang ada sehingga mahasiswa cenderung mencari informasi dari sumber yang sejalan namun dengan pandangan mereka sendiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan mempunyai pandangan berbeda terhadap isu pemberitaan pemblokiran TikTok Shop. Terdapat informan yang mendukung karena alasan keamanan data, sementara yang lain tidak setuju karena berbagai alasan, seperti dampak ekonomi dan ketersediaan barang. Pandangan yang berbeda ini akan menunjukkan posisi resepsi yang berbeda pula sesuai dengan teori *Stuart Hall*.

Dengan demikian, penelitian ini mengungkapkan keragaman persepsi mahasiswa tentang pemblokiran TikTok Shop serta peran penting makna pesan dalam memahami sikap mereka terhadap isu-isu tersebut. Beragam temuan-temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk memahami perbedaan pandangan dalam masyarakat terkait dengan isu-isu sejenis dan dapat

digunakan untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif.

### **Ucapan Terima Kasih**

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan artikel penelitian yang berjudul “Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Pemblokiran TikTok Shop di Indonesia.”

Bersama ini, tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Anam Miftakhul Huda, S.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing dan dosen pengampu mata kuliah Komunikasi dan Perubahan Sosial. Terima kasih juga kami ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan menjadi informan sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel penelitian ini. Serta tidak lupa terima kasih untuk seluruh tim penulis.

Penulis menyadari bahwa artikel penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila ada kesalahan penulisan di dalam penelitian ini. Kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kemajuan karya tulis ilmiah ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca sekalian.

## Daftar Pustaka

- [1] A. S. Cahyono, “Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia,” *Publiciana*, vol. 9, no. 1, pp. 140–157, 2016.
- [2] C. Annur, “Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?,” katadata. Accessed: Oct. 03, 2023. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- [3] J. Ramadhani, J. P. Fakultas, and I. Pendidikan, “GAMBARAN PERSEPSI REMAJA TERHADAP APLIKASI TIKTOK: SEBUAH STUDI FENOMENOLOGI INTERPRETATIF.”
- [4] A. N. Sa’adah, A. Rosma, and D. Aulia, “PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP FITUR TIKTOK SHOP PADA APLIKASI TIKTOK”, [Online]. Available: <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>
- [5] E. Yanti Nasution and T. Indria, “TREN BELANJA ONLINE PADA SOCIAL COMMERCE,” 2022.
- [6] L. Septiani, “Terancam Ditutup Besok, TikTok Sudah Buat Aplikasi TikTok Shop? .” Accessed: Oct. 04, 2023. [Online]. Available: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/651baa7549f19/terancam-ditutup-besok-tiktok-sudah-buat-aplikasi-tiktok-shop>
- [7] R. Dewi, “Pedagang Lokal Teraik, Barang China Murah Menajmur di TikTok.” Accessed: Oct. 04, 2023. [Online]. Available: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230814174625-37-462862/pedagang-lokal-teriak-barang-china-murah-menjamur-di-tiktok>
- [8] M. B. Priyono and D. P. Sari, “Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol. 9, no. 17, pp. 497–506, 2023, doi: 10.5281/zenodo.8315865.
- [9] A. V. Tusanputri and A. Amron, “Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian,” in *Forum Ekonomi*, 2021, pp. 632–639.
- [10] M. Milatishofa, K. Kusrin, and W. A. Arindawati, “Analisis resepsi khalayak terhadap makna body positivity pada instagram tara basro,” *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 4, no. 2, pp. 174–185, 2021.
- [11] R. Risnawati and N. Chamidah, “PENGARUH WORD OF MOUTH MENGENAI LIVE STREAMING TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN,” *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, vol. 1, no. 2, 2022.